

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	21
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	21
1.3.1 Tujuan Penelitian	21
1.3.2 Kegunaan Penelitian	22
1.4 Sistematika Penulisan	22
BAB II TELAAH PUSTAKA	24
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	24
2.1.1 Perilaku Konsumen (Consumer Behaviour)	24
2.1.2 Keputusan Pembelian	26
2.1.3 Word Of Mouth.....	27
2.1.4 Brand Trust.....	32
2.1.5 Brand Image	35
2.2 Kerangka Pemikiran	39
2.3 Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	41

3.1.1 Variabel Penelitian	41
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	42
3.2 Populasi dan Sampel	44
3.2.1 Populasi	44
3.2.2 Sampel.....	44
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	45
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.5 Metode Analisis Data	47
3.5.1 Uji Validitas	47
3.5.2 Uji Reabilitas	47
3.5.3 Uji Multikolinearitas.....	48
3.5.4 Uji Heteroskedastisitas	48
3.5.5 Uji Normalitas	48
3.5.6 Analisis Regresi Linear Berganda	49
3.5.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
3.5.8 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	50
3.5.9 Uji Parsial (Uji T).....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	52
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	53
4.2 Analisis Data.....	56
4.2.1 Uji Validitas	56
4.2.2 Uji Reabilitas	61
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	63
4.2.4 Uji Kelayakan Model	69
4.2.5 Interpretasi Hasil Penelitian.....	73
BAB V PENUTUP.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Implikasi Manajerial	77
5.3 Keterbatasan Penelitian	81
5.4 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83